

О. Ю. Кузьменко
м. Житомир

ПЕЙОРАТИВНА ОЦІНКА АДРЕСАТА В АНГЛОМОВНОМУ ІНТЕРВ'Ю (НА МАТЕРІАЛІ ГЛЯНЦЕВОГО ЖУРНАЛУ ДЛЯ ЧОЛОВІКІВ GQ)

У ситуації усного та писемного мовлення кооперативна взаємодія співрозмовників подекуди межує з конфліктними стратегіями, для яких характерне порушення норм ведення комунікативної інтеракції та прояв *негативної оцінки* адресата інтерв'юером. Головним чином пейоративна оцінка проявляється в ситуації діалогу-інтерв'ю з чоловіками, що ілюструється на сторінках неофіційних глянцевого журналу для чоловічої аудиторії та виражається посередництвом низки тактик:

1) тактики прихованої іронії: *In the movie you describe Gordon as "the nicest man I've ever met". That's not a very promising starting point for an interesting documentary, and yet somehow it isn't the problem it should be* [2: 137]. У такий спосіб ведучий застерігає свого співрозмовника, відомого актора, від провалу його дебютного фільму "Supermensch: The Legend of Shep Gordon" у зв'язку з відсутністю у нього режисерського досвіду. Фрагмент нижче є прикладом комунікативної лабільності інтерв'юера, який, користуючись нагодою, підхоплює репліку співрозмовника та іронізує з приводу імпульсивності та нестриманості запрошеного гостя: **Interviewer:** *How do you imagine yourself at 70?* **Robert Downey Jr:** *Ornery.* **Interviewer:** *More ornery than you are now?* [5: 95].

2) тактики провокативних запитань: *Now that you are older, do you feel more free to say "Fuck it?"* [1: 116].

Використання інвективного "fuck" мотивується бажанням мовця створити невимушену атмосферу, розрядити ситуацію, налаштуватись на одну хвилю зі співрозмовником та спонукати його до одкровенень. Водночас, провокативні запитання можуть бути потужним знаряддям у руках інтерв'юера та виступати майстерною спробою ведучого з'ясувати правду стосовно питання, що знаходиться у всіх на вустах. Наявність провокативних запитань суперечить принципу кооперації, оскільки має на меті загнати співрозмовника у глухий кут, спіймати на брехні, розвінчати його імідж, дискредитувати в очах аудиторії. Частотність таких питань і особливості їх формулювання можуть виступати свідченням явного чи прихованого негативного ставлення до адресата. Нами було виділено провокативні питання, що стосуються наступних аспектів життя опитуваних:

✓ зовнішнього вигляду: *Why do you wear women's clothing?* [3: 142]. Іллокутивною метою такого запитання є відверте нерозуміння та осуд адресантом-чоловіком чоловіка-адресата, який вдається до невластивих чоловікові способів поведінки;

✓ звичок та уподобань: *Most persistent vice?* – *Nicorette* [5: 95]. Використання еліптичної конструкції допомагає досягти іллокутивного ефекту пом'якшення різкості та раптовості висловленого запитання;

✓ професійної діяльності: *A lot of successful businessmen are perceived as assholes. Is Maverick Carter an asshole?* [5: 82]. Лише використання пасивного стану, неозначеного займенника "a lot", епітета "*successful*" та компаративного уподібнення "*perceived as assholes*", що створює ефект стереотипності уявлень про бізнесменів у суспільстві, частково знімає категоричність та грубість адресованого респонденту запитання;

✓ стосунків з колегами чи оточенням: *Does that bother you that Wayne, one of your idols, clearly has a personal problem with you?* [3: 142]. У такий спосіб адресант відверто заявляє про несприйняття музиканта колегами по цеху. Квеситив виконує роль констативу та торкається відомої журналісту інформації про напруженість стосунків молодого американського репера з його кумиром – Лілом Вейном.

Збільшення числа провокативних запитань у межах одного інтерв'ю та їх градація є показником упередженого, критичного, у цілому негативного ставлення до адресата. Саме тому інтерв'юери намагаються з обережністю планувати тактичні ходи при розгортанні діалогу зі співрозмовником, особливо якщо питання стосуються «пікантних» подробиць життя героїв чи ситуацій, які адресат намагається приховати від широкого загалу.

3) тактики негативної оцінки респондента третіми особами: *People's biggest complaint is that you tumble. Does that ever get to you?* [3: 142]. У наведеному прикладі журналіст намагається обіграти неприємне запитання та пом'якшити образливу оцінку співрозмовника, посиляючись на думку неозначеного референта "people", відсутнього на момент ведення розмови;

4) тактики роздратування: *Can you explain anything at all?* [3: 142]. Такі випадки з боку інтерв'юерів є поодинокими, тому подібні запитання, як правило, застосовуються у випадку демонстративного ухиляння від відповідей на низку попередньо поставлених запитань.

5) тиску, що має місце у випадку ситуації явного комунікативного лідерства ведучого чи розмови з особистістю, стосовно якої у суспільстві склалися відверто негативні установки. Тактика тиску зазвичай передбачає постановку прямих, неприємних для співрозмовника запитань та може підсилюватися за рахунок нанизування декількох запитань: **Interviewer:** *You've broken many of the rules of how candidates usually act...For instance, in recent times you've referred to other people as: a loser, a total loser, grotesque, a moron, an obvious moron, a spoiled brat, a totally incompetent jerk, a stiff, a dummy, a bimbo, a clown, a low-class slob, a perv sleazebag, a major sleaze and buffoon, a spoiled brat without a properly functioning brain, a goofball atheist, a dope, a dummy dope, a dopey clown, a dog and so on... Obviously another issue that some people have taken –* **Trump:** [interrupts] *Did anybody ever say anything positive about me? This is not looking...This is not looking good. So far I haven't been asked one positive question. But that's okay. Whatever. Whatever.* [exhales loudly through pursued lips] [4: 238-9].

Фрагмент проілюстрованого вище інтерв'ю нагадує ланцюгову реакцію. З одного боку, інтерв'юер, порушуючи усі етичні кодекси нападає на кандидата в президенти Дональда Трампа, цитуючи його власні номінації-звернення до електорату, з іншого боку, емоційно вибухає і сам Трамп, що досягається використанням риторичного питання "*Did anybody ever say anything positive about me?*" та повторів "*Whatever*". "*Whatever*". Градація гострих, неприємних запитань, конфліктні методи ведення гри, що дискримінують респондента в очах читачів та суперечать принципам ввічливості Дж. Ліча та максима П. Грайса є неприпустимими. Однак частково вони можуть бути виправдані прагматичною інтенцією редакційної колегії вполювати сенсацію та, відповідно, залучити до аудиторії своїх прихильників більшу кількість читачів.

Отож, проаналізований матеріал свідчить, що інституційний тип дискурсу, який покладено в основу спілкування журналіста та респондента, накладає певні зобов'язання на учасників комунікативної взаємодії, що полягають передусім у дотриманні законів ввічливої неконфліктної комунікації та збереженні поваги до співрозмовника.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. GQ. – N.Y.: Advance Publications, 2014. – March. – 232 p.
2. GQ. – N.Y.: Advance Publications, 2014. – June. – 178 p.
3. GQ. – N.Y.: Advance Publications, 2015. – October. – 268 p.
4. GQ. – N.Y.: Advance Publications, 2015. – December. – 268 p.
5. GQ. – N.Y.: Advance Publications, 2016. – Summer. – 174 p.